

BAB I

PENDAHULUAN

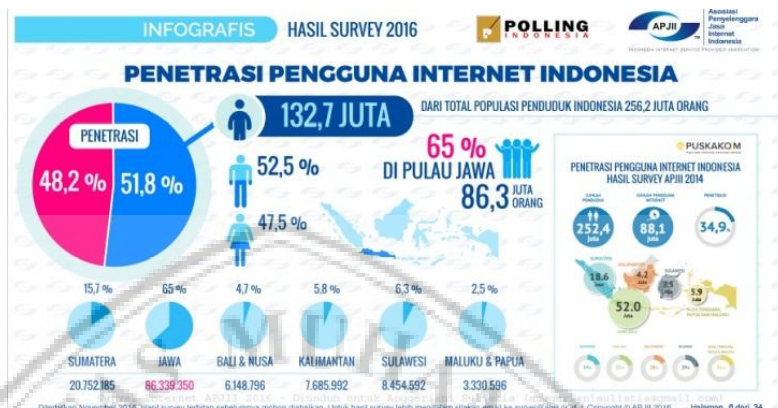
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Dewasa ini, perkembangan teknologi komunikasi semakin maju. Di era ini komunikasi dapat dilakukan siapapun, dimanapun bahkan kapanpun. Terlebih dengan adanya telepon pintar (*smartphone*) yang membuat arus komunikasi semakin tak terbatas. Begitu pula dengan hadirnya internet yang semakin melengkapi kehadiran perangkat tersebut. Tak dapat dipungkiri, *smartphone* menjadi perangkat yang wajib dimiliki setiap orang saat ini.

Internet melengkapi perangkat modern saat ini. Hampir semuanya sekarang tersambung secara online atau tersambung ke jaringan internet. Di tengah hadirnya internet, komunikasi menjadi arus yang tak dapat terhentikan. Pernyataan di atas sejalan dengan hasil lembaga survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 bahwa sekarang 132,7 juta penduduk Indonesia mengakses internet setiap harinya. Berdasarkan pekerjaannya 89,7% penggunanya adalah mahasiswa. (Polling Indonesia 2016, *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, <https://www.apjii.or.id>, diakses pada 11 Februari 2017).

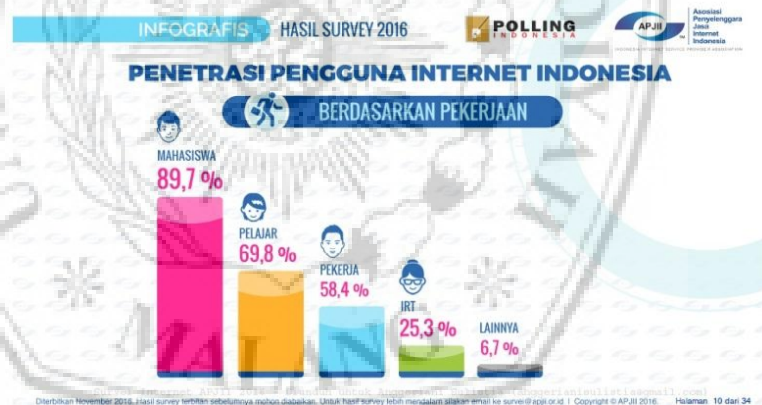
Komunikasi menjadi suatu kebutuhan yang mendasar bagi manusia khususnya bagi setiap mahasiswa. Hampir setiap mahasiswa memiliki telepon pintar dan menggunakannya untuk dapat saling berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya. Mahasiswa tidak hanya menghabiskan waktu untuk kegiatan akademik saja, namun juga diberi kesempatan seluas-luasnya untuk menjalani kehidupan kampus secara alami melalui kegiatan ekstra. Dalam keseharian, mahasiswa tidak hanya dipaksa untuk mengikuti perkuliahan, praktikum, pengerjaan tugas dan ujian, penelitian serta aktivitas akademik lain. Untuk menyeimbangkan kecerdasan, maka mahasiswa berhak mengikuti kegiatan ekstra

melalui keorganisasian mahasiswa, unit kegiatan olah raga, seni, penalaran dan aktivitas non akademik lain.



Gambar 1.1 Pengguna Internet Indonesia tahun 2016

Sumber: <https://www.apjii.or.id>, diakses pada 11 Februari 2017.



Gambar 1.2 Pengguna Internet berdasarkan Pekerjaan

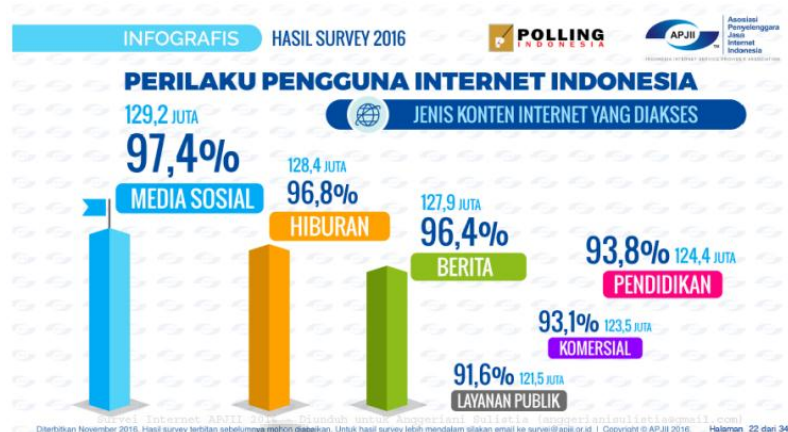
Sumber: <https://www.apjii.or.id>, diakses pada 11 Februari 2017.

Keberadaan internet ini merupakan media baru yang tak dapat terlepas di era ini. Dengan adanya internet, banyak menimbulkan *medium* baru dalam berkomunikasi. Medium baru ini menyempurnakan bahwa komunikasi saat ini tidak hanya antar individu saja, melainkan bisa komunikasi dengan banyak orang sekaligus. Banyak sekali produk media baru yang ada pada saat ini dan berbasis

online. Nawiroh (2016: 88) mengutarakan bahwa “Media baru (*new media*) merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi”. Salah satu sarana yang dimaksud dalam pengertian ini adalah media sosial yang banyak digunakan untuk berkomunikasi saat ini.

Mahasiswa yang mengikuti kegiatan organisasi dituntut untuk tetap saling melakukan komunikasi antar anggota. Fenomena komunikasi organisasi sekarang, cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi antar sesama anggota, baik secara individu maupun banyak orang sekaligus. Menurut Nuruddin (2012: 34) media sosial adalah “media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif”. Hal ini didukung pula oleh semakin berkembangnya media sosial yang menyediakan beragam fitur pengolahan pesan dan fitur menarik lainnya.

Banyak sekali manfaat dengan adanya media sosial diantaranya sebagai sarana penyampaian pesan, lebih cepat, lebih mudah, praktis, ekonomis, fiturnya beragam, stiker atau *emoticons* yang lucu, panggilan gratis, berbagi foto dan video, dan juga diskusi grup. Apalagi mahasiswa yang aktif dalam berorganisasi semakin memudahkan dalam berkomunikasi dengan anggota lainnya dimanapun dan kapanpun. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 juga memperkuat asumsi di atas bahwa berdasarkan jenis konten internet yang diakses 97,4% adalah dari media sosial. (Polling Indonesia 2016, *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, <https://www.apjii.or.id>, diakses pada 11 Februari 2017).



Gambar 1.3 Jenis Konten Internet

Sumber: <https://www.apjii.or.id>, diakses pada 11 Februari 2017.

Media sosial yang kerap digunakan dalam proses komunikasi organisasi salah satunya ialah LINE. LINE merupakan salah satu media sosial yang termasuk dalam jenis jejaring sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi. Media sosial ini didirikan oleh salah satu perusahaan komunikasi di Jepang pada tahun 2011. Dalam website resminya linecorp.com (2017) ditulis bahwa perusahaan ini memiliki misi “Closing The Distance” yang memiliki arti mendekatkan jarak atau menyambungkan lebih dekat bersama. Media sosial ini memiliki karakteristik berjejaring, saling berinteraksi, mengirimkan informasi dan lain sebagainya. Didalamnya terdapat fitur sharing foto, video, video call, diskusi dan masih banyak lagi manfaatnya. Media sosial ini dapat menghubungkan antar pengguna secara individu ataupun secara *group* sekalipun. (Linecorp.com, About, <https://linecorp.com/en/company/info>, diakses pada 04 Agustus 2017).

Dailysocial.id mencatat bahwa pada tahun 2016, terdapat empat aplikasi yang paling dominan di Indonesia yaitu Whatsapp, LINE, BBM, dan Fb Messenger. Whatsapp menempati posisi pertama yang sering digunakan oleh kebanyakan orang yaitu sebanyak (97,2%), sedangkan LINE sebanyak (88,49%), BBM sebanyak (85,82%), dan Fb Messenger sebanyak (77,26%). Jika melihat

letak geografisnya, pulau Jawa merupakan pengguna terbanyak media sosial *instant messaging* ini. LINE masih menjadi pilihan utama para pelajar atau mahasiswa yaitu mencapai (89%), sedangkan Whatsapp (71%) saja di usia pemakai 20-25 tahun. (Survey Report 2016, *Indonesia Trend Messenger*, <https://jakpat.net>, diakses pada 02 Oktober 2017).

Dalam proses hubungan teman sekolah, LINE masih menjadi yang pertama yaitu (50,19%), sedangkan Whatsapp (47,49%). Berkaitan hubungan dengan teman kerja Whatsapp sedikit memimpin (50,68%), sedangkan LINE (35,04%). Dalam proses hubungan dengan keluarga Whatsapp kembali memimpin (47,39%), dan LINE sebanyak (30,5%). Namun, berdasarkan segmen dan penggunaan grupnya, pengguna yang lebih mudah dalam hal ini mahasiswa lebih banyak menggunakan grup LINE daripada Whatsapp. Sementara itu, pengguna yang segmennya tua lebih sering menggunakan Whatsapp. (Survey Report 2016, *Indonesia Trend Messenger*, <https://jakpat.net>, diakses pada 02 Oktober 2017). Hal ini peneliti buktikan ketika melakukan pra survey kepada organisasi intra kampus bahwa aplikasi grup pesan yang banyak digunakan ialah grup LINE.

LINE dengan segala kemanfaatannya ini dimanfaatkan oleh organisasi mahasiswa intra kampus yaitu Kine Klub Universitas Muhammadiyah Malang. Organisasi ini bergerak di bidang perfilman di bawah naungan Universitas Muhammadiyah Malang langsung. Pengurus organisasi ini beranggotakan 30 orang yang terbagi menjadi pengurus inti (formatur) yang berisikan ketua umum, sekretaris umum, bendahara umum. Selain formatur, terdapat juga 5 divisi lainnya. Dari masing-masing jabatan tersebut, 3 orang di posisi formatur, 6 orang divisi Humas, 5 orang divisi Diklat, 5 orang divisi Produksi, 6 orang divisi Distribusi, Eksebisi, Festival, dan Apresiasi (DEFA), dan 5 orang pada divisi Database. Masing-masing dari mereka tergabung dalam grup LINE kepengurusan Kine Klub UMM periode 2017/2018.

Organisasi tersebut membuat sebuah grup yang di dalamnya berisikan para pengurus. Dimana ketika tidak ada pertemuan di sekretariat maka komunikasi tersebut tetap berjalan menggunakan media sosial LINE. Entah itu berbagi file, foto, gurauan, stiker dan informasi lainnya dapat disampaikan melalui media ini. Unikny lagi adalah, salah satu saja menyampaikan pesan dalam grup tersebut, semuanya bisa dapat membaca dan langsung menanggapi saat itu juga.

UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) ini termasuk dalam salah satu organisasi yang cukup eksis di kota Malang khususnya di lingkungan UMM. UKM ini berdiri sejak tahun 1999 hingga saat ini sudah menginjak umur ke 19 tahun. Berdasarkan data dari Biro Kemahasiswaan Universitas Muhammadiyah Malang juga menyebutkan bahwa organisasi ini termasuk dalam salah satu UKM yang sangat aktif dan memiliki kegiatan yang cukup padat dan agenda yang berdekatan, mulai dari diklat dasar, diklat lapang, kegiatan workshop, produksi bersama, watch and talk film, hingga agenda terbesar yaitu malang film festival. Dari 33 unit kegiatan mahasiswa yang ada, Kine Klub UMM termasuk dalam 9 UKM yang masuk dalam kategori sangat aktif.

Melihat fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk memilih subjek Kine Klub UMM karena organisasi ini merupakan salah satu UKM yang sangat aktif dan memiliki agenda yang padat. Kine Klub UMM juga aktif dalam menggunakan media sosial LINE sebagai media komunikasi dan koordinasi antar sesama pengurus. Maka dari itu, peneliti mengemukakan judul “Penggunaan LINE sebagai media komunikasi di dalam organisasi kemahasiswaan (studi pada grup LINE pengurus inti Kine Klub UMM periode 2017/2018)”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut : “Bagaimana penggunaan grup LINE sebagai media komunikasi dalam kepengurusan Kine Klub UMM periode 2017/2018?”.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk “mendeskripsikan penggunaan grup LINE sebagai media komunikasi dalam kepengurusan Kine Klub UMM periode 2017/2018”.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Akademis

Dari hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat bagi peneliti lain dalam mengembangkan dan memperluas pendalaman studi dalam pengkajian komunikasi organisasi melalui penggunaan media sosial serta dapat memberikan referensi tambahan bagi peminat kajian komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi organisasi yang ada di dalam kampus pada umumnya, dan pada organisasi Kine Klub UMM khususnya.